Mônica no MASP

outubro 79

© MAURICIO

PLANETAGIBI.COM

Mônica no MASP

EDIÇÃO PRODUZIDA
NOS ESTÚDIOS DA MAURICIO DE SOUSA PRODUÇÕES LTDA.
Al. Barão de Limeira, 401 - 6º andar - São Paulo
PLANEJAMENTO: JAYME CORTEZ
© MAURICIO DE SOUSA

Catálogo produzido com a colaboração da Editora Abril
e Cia. Industrial de Conservas Alimentícias CICA

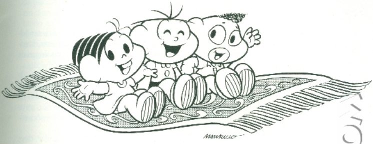
PLANETAGIBI.COM

Minha maior tristeza
é nunca ter feito
histórias em quadrinhos.

Pablo Picasso

PLANETAGIBI.COM

MAURICIO, O EXPORTADOR DE MÔNICAS, CEBOLINHAS E PELEZINHOS



O Museu de Arte de São Paulo na intenção de operar, quando lhe parece oportuno, mesmo remando contra a corrente, foi responsável por várias antecipações no campo da cultura, interligadas à evolução do fato arte. O sistema "museu" foi sempre adormecido e aureolado em esquemas tradicionais e corriqueiros.

As tentativas não canônicas numa cidade como São Paulo em vias de dar os primeiros passos depois da Semana de '22, sofreram críticas por parte daqueles que queriam, num "mostruário de arte", ver somente materiais expostos com as respectivas etiquetas.

Logo no começo, em 1947, o Masp criou entre as numerosas iniciativas, uma escola que tinha por objetivo a propaganda (a atual Escola Superior de Propaganda e Marketing). O ensino do desenho, especialmente o da gráfica, tornou-se a disciplina de base. (Um desenhista veterano, que agora trabalha com o Mauricio de Sousa, a quem estas páginas são dedicadas, Jayme Cortez, deve se lembrar que o diretor do Masp prefaciou seu primeiro volume).

As atenções ao desenho voltado para a comunicação de massa foi compromisso constante da instituição (infelizmente denominada Museu, quando se deveria apelidar de Laboratório das Artes). Foi no Masp que foram mostrados os mestres dos "Comics", quando foi aberta a primeira exposição de Historietas em quadrinhos; ano após ano o Masp abriga trabalhos do Clube dos Ilustradores.

Neste final de ano é a exposição de Mauricio de Sousa que vem animar, e de um jeito singular, a continuidade de uma ação fraternal em prol de artistas geralmente carentes da posição que realmente merecem, estando ainda em vigor o oitocentesco slogan da "arte pela arte".

O caso do Mauricio é, no Brasil, único: alguém que se comunica com milhões de pessoas, ao invés do restrito agrupamento elitesco. A arte para camadas da burguesia em ascenção representa status, ornamento do poder e da riqueza adquirida, senso de distinção, fachada; arte que geralmente não tem uma função específica, que não serve para reforçar a cultura, as emoções, a moral, tendendo mais a satisfazer pretensões sofisticadas.

Porém numa civilização, que vai ao encontro da evolução da cultura popular, deve ser considerada também como atividade essencial a dos artistas que se dedicam à massa. Não resta a menor dúvida de que a arte de origem romântica ou idealista, sob a influência das teorias positivistas e marxistas, andou desembocando no mais amplo domínio da sociologia da cultura.

O produto de grande consumo deve ser encarado como o reflexo mais característico da vida contemporânea, em suas contrastantes estruturas existenciais.

É difícil, se não impossível, peneirar o que é arte representativa em nossos tempos, ainda à espera de definições. Parece não muito certa a definição de Adler, no biblesco "Kunstzociologie":"em cada tempo o que vem admirado, discutido e adquirido de um público como arte, é arte para aquele público daquele tempo. O que prevê vários grupos de público: a massa, a burguesia, as elites, os fautores das ideologias socialistas, e quantas outras preferências".

Na produção para as massas existem elementos prático-intelectuais que contribuem para a educação popular. Pode ser lembrado o que na Idade Média se pintava nos afrescos das igrejas, ou nos palácios (com a finalidade de instruir o povo através das parábolas espirituais, ou do "bom govêrno", político).

Existe uma correspondência entre artistas e consumidor, determinando o elemento decisivo do espírito de uma sociedade. Se juntamos as produções do Mauricio àquelas que em outros centros de divulgação, na Europa e nos Estados Unidos, são lançadas periodicamente no mercado, se apreende a dimensão de um acontecimento da arte seguindo caminhos tipicamente antitradicionais.

Arte em certo sentido industrializada, participante das mudanças que a tecnologia vai impondo nas transformações próprias do desenvolver das estratificações sociais.

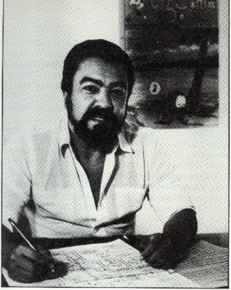
Mauricio de Sousa, neste setor, é hoje um dos elementos internacionalmente mais expressivos. Tem a particularidade de cumprir uma função pedagógico-educativa através da vida que dá aos seus personagens, que dialogam com bom humor. Ele anima uma comunicação universalizante, aceita por fruidores de outras tradições, línguas e costumes, numa evidente prova da validade da proposta. Trata-se de uma centena de personagens, dos quais os mais conhecidos são Mônica e Cebolinha e depois Cascão, Bidu, Magali, Horácio, Tina, Chico Bento, Pelezinho, os Sousa, Astronauta, Anjinho, Jotalhão e outros mais.

O talento do Mauricio é poliédrico, de facetas espelhadas nos mais diversos campos da psicologia e da ação, todas por sua vez, refletidas na personagem que forma número em massas bem conhecidas e às quais o artista vai ao encontro periodicamente apresentando amigos. Mauricio cria estes amigos, os desenha, confiando-os depois à colméia obreira de dezenas e dezenas de assessores que os batizam, os limpam, os vestem, os ambientam, como foi o caso da última cria: o comunicador máximo do Brasil pediu emprestado a Shakespeare, do "Romeu e Julieta", para remanipular os dois namorados espécie Mônica e Cebolinha, obtendo o sucesso de sempre, desta feita teatro e música.

Eis então na América Latina um artista que exporta para outros continentes. Imaginem a Mônica e Cebolinha nos lares da Itália, Holanda, Dinamarca, Alemanha, Áustria, Suíça, Inglaterra, Noruega, Bélgica, Portugal, Colômbia, Venezuela, Chile, Equador, Peru, Bolívia, Estados Unidos e Japão. De Tóquio as personagens mauricianas são reexportadas para o restante da Ásia.

Toda a imensa atividade de Mauricio em outubro próximo será apresentada no Masp com uma exposição-novidade.

P. M. Bardi



HISTÓRICO

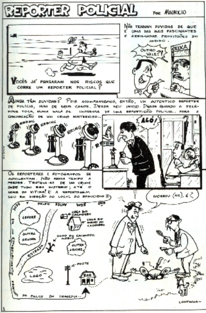
Mauricio de Sousa, desenhista brasileiro de histórias em quadrinhos e criador dos personagens da turma da Mônica, nasceu em 27 de outubro de 1935 na cidade de Santa Izabel, interior de São Paulo. Criou-se em Mogi das Cruzes, onde viveu sua infância e adolescência.

Desde criança Mauricio gostava de desenhar. Antes de ir para a escola já aprendera a ler no "O Globo Juvenil". Foi o primeiro contato positivo com as histórias em quadrinhos. Seus pais sempre o incentivaram e jamais se opuseram às suas leituras.

Menino ainda, começava a criar seus próprios personagens. O primeiro foi o Capitão Picolé - muito parecido com o dinossaurinho Horácio que vivia suas aventuras às margens de seus cadernos escolares.

Em 1954 sua família mudou-se para São Paulo. O jovem Mauricio começou a trabalhar nos escritórios da Odeon. Seu desejo, porém, era desenhar. Começou a visitar as redações de jornais com desenhos debaixo do braço. Aconselharam-no, entretanto, que fizesse outra coisa qualquer no jornal, abrindo novos campos de amizade. Assim, poderia, mais tarde, publicar seus desenhos com mais facilidade. Mauricio aceitou a sugestão. Fez teste para reportagem na "Folha de São Paulo" (então Folha da Manhã) e entre centenas de candidatos foi um dos dois aprovados para a função de repórter policial.

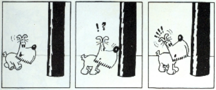
Tinha, então, 19 anos.



Mas o jovem repórter não deixou de lado o desenho. Ilustrava, com desenhos, reportagens sobre fatos pitorescos ou curiosos que não tinham possibilidade de serem ilustrados com fotografias.

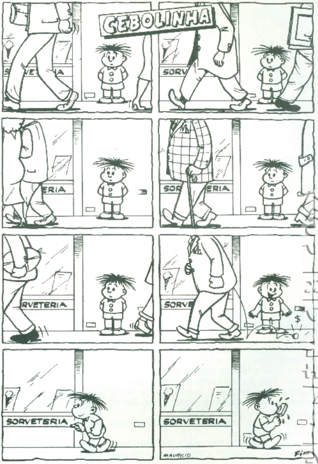
Seus desenhos começavam a aparecer.

Em julho de 1959 criava o BIDU e o FRANJINHA, e suas histórias passaram a ser publicadas semanalmente nas Folhas.

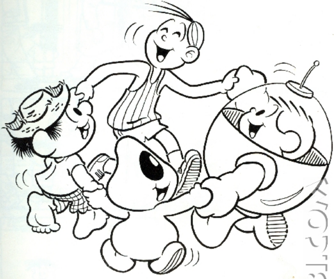


Em janeiro de 1960 já fazia tiras diárias de BIDU, CEBOLINHA e PITECO e lançou a revista BIDU, pela Editora Continental. A essa altura Mauricio tinha que assumir a decisão definitiva: ou o jornalismo ou o desenho.

Resolveu lançar-se na grande aventura das histórias em quadrinhos...



Antes do lançamento do BIDU, Mauricio criava histórias para a revista Zaz-Traz.



A GRANDE AVENTURA

Durante algum tempo Mauricio escrevia pela manhã, desenhava a tarde, vendia seus desenhos a noite e recebia quando era possível.

Em 1963 já dirigia uma pequena equipe de desenhistas e iniciava a publicação de novos personagens no Diário da Noite: Chico Bento; Penadinho; Astronauta e Boa Bola.

Finalmente, em janeiro de 1966, fundou sua própria distribuidora.

Hoje, cerca de 2.500 tiras, 1.000 tablóides e o suplemento a cores "JORNALZINHO DA MÔNICA" são distribuidos mensalmente a jornais de centenas de cidades brasileiras.

Mauricio tem registrados mais de 100 personagens, dos quais os mais conhecidos são: MÔNICA (criada em 1964); CEBOLINHA (1960); CASCÃO (1963); BIDU (1959), MAGALI, HORÁCIO, TINA, CHICO BENTO, PENADINHO, OS SOUSA, ASTRONAUTA, ANJINHO, PELEZINHO e JOTALHÃO.

Muitos dos personagens de Mauricio são inspirados em pessoas reais. O desenho da Mônica foi feito a partir da figura de sua filha Mônica, quando tinha quatro anos de idade.

PLANETAGIBI.COM

MERCHANDISING

O próximo passo foi aliar esse sucesso artístico ao comercial. Assim, a utilização da força de comunicação desses simpáticos personagens na área de marketing, permitiu à Mauricio de Sousa Produções Ltda. firmar contratos com as melhores indústrias brasileiras para a produção de 1.000 itens diferentes de merchandising como: produtos alimentícios; de vestuário; artigos escolares; de cama e mesa; de plástico; de toucador; sombrinhas; artigos para festas; artigos esportivos e brinquedos, que são sucesso de vendas tanto no mercado interno quanto em produtos destinados à exportação.

Os prêmios "Destaque de Marketing" da ABM e "Top Marketing" da ABP são provas desse sucesso.

Hoje, não existe mais a desculpa de que o boneco brasileiro não vende. Todos os tabus e barreiras foram derrubados pela força de uma garotinha de vestidinho vermelho, a MÔNICA.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE MARKETING

MAURICIO DE SOUZA PRODUÇÕES

As pesquisas de "recall" de comerciais no Brasil têm, há pelo menos 1 ano, um grande vencedor. Os comerciais mais lembrados, atingindo índices quase impossíveis para o tipo de produtos que anunciam são, invariavelmente, os comerciais da série "Mônica".

O terceiro maior estúdio do mundo, em história em quadrinhos, de alcance mundial pois — além dos 165 jornais brasileiros, sua produção é distribuida pela United Feature Syndicate nos E.U.A. e pela UPI no mundo inteiro — é o de Maurício de Souza Produções.

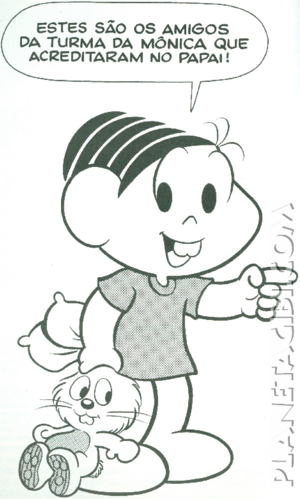
600 produtos diferentes serão lançados no mercado asiático, através de contrato já firmado, com personagens criados por Mauricio de Souza Produções.

Apenas essas informações já bastariam para justificar o "Destaque de Marketing" na área de Mershandising, para "Mauricio de Souza Produções". Conseguindo aliar sucesso artístico com o comercial, os personagens de Maurício de Souza têm "vendido" produtos infantis, alimentos, cosméticos, brinquedos. Sua comercialização vai do simples uso como "garotos-propaganda" até a cessão do nome para produtos, quando os personagens passam a estar presentes em todo material promocional, competindo até mesmo com a experiência internacional dos estúdios estrangeiros, como a Walt Disney Productions, até então líder inconteste do "mercado".

Maurício é responsável também, pelos 500.000 exemplares das revistas "Mônica" e "Cebolinha", no Brasil, além das publicações editadas no Japão, Alemanha, Noruega, Dinamarca, Suécia, Holanda e Estados Unidos (neste país em duas línguas — inglês e castelhano, atingindo 26 países latino-americanos).

Os personagens de Mauricio de Souza são acostumados aos prêmios. O "Oscar" dos quadrinhos, o "Yellow Kid", o "Cittá di Lucca" do Congresso Internacional de Histórias em Quadrinhos, o troféu "Gran Guinigi", são algumas premiações internacionais que Cebolinha, Mônica, Cascão, Bidú, Magali, Horácio, Tina, Jotalhão já receberam, numa impressionante coleção de sucessos.

Para um artista que começou com o descrédito geral, numa época que se afirmava que "não há mercado para o quadrinho brasileiro", o Destaque de Marketing do 1976, na área de merchandising a Máurício de Souza Produções, é mais um reconhecimento profissional para um trabalho desenvolvido com profundo conhecimento da técnica de comunicação e raro senso de oportunidade. Qualidades que tornaram a empresa, hoje, uma organização orientada pelo Marketing, uma vencedora no seu setor.



PLANETAGIBI.COM

ACRILEX TINTAS ESPECIAIS S/A
ALUMÍNIO PENEDO S/A
ANTONIO QUESADA SANCHES
ARTE DA SERRA INDUSTRIA E COMÉRCIO DE BONECOS DECORATIVO
ARTESANATO SAPECA LTDA
ARTEX S/A FABRICA DE ARTEFATOS TEXTEIS
ATELIER BELLI LTDA
BONDINHO MALHARIA E CONFECÇÕES LTDA
BRASEIKO S/A INDUSTRIA E COMÉRCIO
CAMY RELÓGIOS S/A
CIPLAST INTERAMERICANA DE PLÁSTICOS LTDA
COLUNA S/A. GRÁFICA, JOGOS E BRINQUEDOS
COMPANHIA INDUSTRIAL DE CONSERVAS ALIMENTÍCIAS - CICA
COMPANHIA NACIONAL CHENILE
CROSS INDUSTRIA E COMERCIO DE ROUPAS LTDA.
DUPLEX S/A INDÚSTRIA E COMÉRCIO
EDITORA ABRIL LTDA.
EDITORA AVE MARIA LTDA
EDITORA E IMPORTADORA MUSICAL FERMATA DO BRASIL LTDA.
FÁBRICA DE ARTEFATOS DE LATEX SÃO ROQUE S/A.
FÁBRICA DE TECIDOS TATUAPÉ S/A
GOYANA S/A. INDÚSTRIA BRASILEIRA DE MATÉRIAS PLÁSTICAS
GRÁFICA PICCOLI S/A
INDUSTRIA BRASILEIRA DE CALÇADOS S/A TETEA
INDUSTRIA E COMÉRCIO ESPABRA S/A.
INDUSTRIA E COMÉRCIO ORNABOLOS LTDA.
INDUSTRIA DE MALHAS ALCATEX LTDA.
INDUSTRIA DE PAPEIS DE ARTE JOSÉ TSCHERKSSKY S/A.
INDUSTRIAS REUNIDAS ALEXANDRE DERMON LTDA.
INDUSTRIA TEXTIL COMPANHIA HERING
INSTITUTO DE EDUCAÇÃO CRIATIVA S/C LTDA. - ESCOLINHA DA MÔNICA
LENÇOS PRESIDENTE S/A INDUSTRIA E COMÉRCIO
LIDICE S/A. INDUSTRIA E COMÉRCIO DE PLÁSTICOS
MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S/A.
MARVEL MALHAS LTDA.
MC MET INDÚSTRIA DE VESTUÁRIOS LTDA.
MILLER CONFECÇÕES LTDA.
MIMO INDUSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
MINISA INDUSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
ONIBLA S/A. INDUSTRIA E COMÉRCIO DE PAPEL
P. SAUEG & CIA LTDA.
PERFUMARIA PHEBO S/A.
PLÁSTICOS MA-TE-CO INDÚSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
PLASTIFER INDUSTRIA E COMÉRCIO DE PLÁSTICOS LTDA.
PROBEL S/A INDUSTRIA E COMÉRCIO
PRODUTO DE LATEX SILA LTDA.
RICA DISOPLASTICA LTDA.
SABAP S/A. BRASILEIRA DE ARTEFATOS PLÁSTICOS
777 FESTAS E DECORAÇÕES LTDA.
SHELBY INDUSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
SUL FABRIL S/A MALHARIA E CONFECÇÕES
TRALDI INDUSTRIA E COMÉRCIO DE GUARDA-CHUVAS LTDA.
TROL S/A INDUSTRIA E COMÉRCIO
VANYL INDUSTRIA E COMÉRCIO DE MALHAS LTDA.
VELARTE PRODUTOS ARTISTICOS LTDA.
VISCONTI S/A. INDÚSTRIAS ALIMENTÍCIAS
ANTONIO VISTUE
CONFECÇÕES CAPRICHO LTDA.
DIMENSIÓN WELD DO BRASIL IND. E COMÉRCIO DE APLIQUES LTDA.
INDUSTRIA BANDEIRANTE DE ARTEFATOS DE MADEIRA LTDA.
TECELAGEM PARAHYBA S/A.
TENIS SHOW LTDA.
COMERCIO E INDUSTRIA E REPRESENTAÇÕES KARAJA LTDA.
G. P. DO BRASIL
METALÚRGICA ABRAMO EBERLE S/A.
PLASTICOS NETUNO INDUSTRIA E COMÉRCIO LTDA.
IMPÉRIO DO LÁPIS IND. E COM. LTDA
CARDINAL IND. E COM. DE MOVEIS LTDA
CIL IND. E COM. DE CONFECÇÕES LTDA.
BLACK AND WITHE AND COLOUR
JUNIOR IND. E COM. DE CONFECÇÕES LTDA.
ATELIER VERA PETRÓPOLIS LTDA.
DIANA PAOLUCCI S/A IND. E COMÉRCIO
IND_ROTATIVA DE PAPÉIS LTDA
IRMÃOS SALVADOR & CIA LTDA
METALURGICA SILVA LTDA
CIA INDL. SÃO PAULO E RIO - CISPER
GEPAS LTDA. - POSTERS FOTOGRAFICOS
KALIL SEHBE S/A.
SAN-RIO - DE TÓQUIO - JAPÃO
ITOMAN - DE OSAKA - JAPÃO
HEISS PUPPET THEATRE - DE CHICAGO

PLANETAGIBI.COM

REVISTAS

Em maio de 1970, a Editora Abril lançou a revista "MÔNICA" e, em janeiro de 1973, a revista CEBOLINHA, que se transformaram num sucesso editorial sem precedentes no mercado brasileiro. Assim, quando Mauricio criou novos personagens, baseados na infância do jogador de futebol, Pelé, a mesma editora decidiu lançar revista PELEZINHO, em fevereiro de 1977. Hoje, essas três revistas, de nível internacional, atingem uma tiragem de quase um milhão de exemplares mensais.

Pelé e Mauricio têm um carinho muito grande pelos novos personagens que foram criados especialmente para a família Pelezinho. A Bonga, o Cana Braba, a Samira, a Neuzinha, o Teófilo, o Frangão e o Rex.

PLANETAGIBI.COM

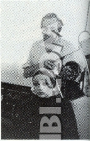
mônica
Destaque
DESTAQUE E BRINQUE
não precisa usar tesoura
5 BONECOS PARA MONTAR
mônica
Livro Ilustrado
HISTÓRIA E QUEBRA-CABE
CASCÃO
UMA HISTÓRIA PARA COLORIR

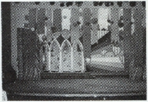
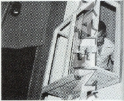
Desde 1975, toda uma linha de edições especiais de atividades (corte e vinco; transfer; álbuns de colorir; almanaques; autocolantes; quebra cabeças; contos ilustrados; diários e manuais; colorir com água e pocket-books) passou a ser publicada mensalmente pela Editora Abril.

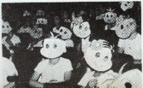
Histórias em quadrinhos e audio-visuais passaram também a divulgar mensagens educativas com a turma da Mônica, para orgãos governamentais.

Na área didática, foi lançada, em 1978, pela Abril Educação, a Cartilha da Mônica que foi classificada em primeiro lugar na área de novos lançamentos destinados à alfabetização pelo Ministério da Educação e Cultura.

Essa publicações especiais de atividades, educativas e didáticas atingem hoje a soma de mais de 8 milhões de exemplares.



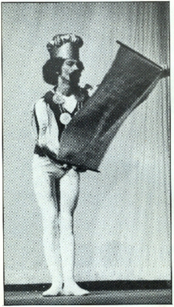



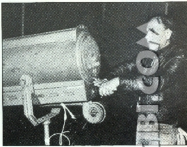


TEATRO

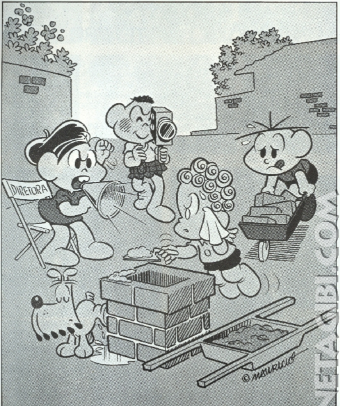
Lançada em setembro de 1978 no teatro TUCA de São Paulo, a peça musical "MÔNICA E CEBOLINHA NO MUNDO DE ROMEU E JULIETA" permaneceu 8 meses em cartaz, voltando para nova temporada em setembro de 1979 com absoluto sucesso.

A peça transformou-se num especial para TV, com externas gravadas na histórica cidade de Ouro Preto e com exibição em cadeia nacional pela Rede Bandeirantes na noite de Natal.





PLANETAGIBI.COM

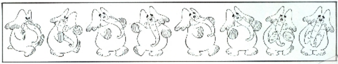


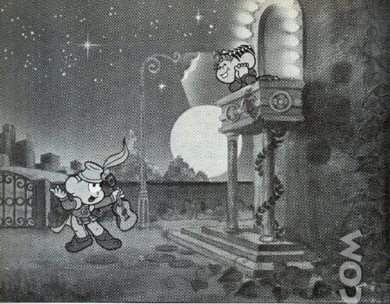
O trabalho destas crianças é muito sério.

PLANETAGIBI.COM

TELEVISÃO E ANIMAÇÃO

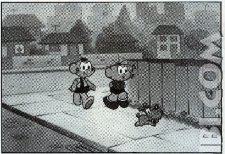
Desde 1968, toda uma série de desenhos animados vem sendo produzida com personagens de Mauricio de Sousa. Iniciando-se com comerciais (quase uma centena) e passando pelo especial "O Natal da turma da Mônica" que foi apresentado em cadeia nacional pelas redes GLOBO e TUPI de televisão, em 1976 e 1977. Hoje os desenhos animados da turma da Mônica estão sendo produzidos inteiramente nos estúdios da Mauricio de Sousa Produções, com a mesma qualidade técnica e artística que já se tornou uma constante no trabalho desse artista tipo exportação.



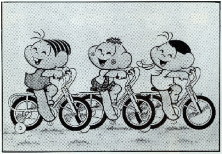


Desenhos em *"full animation"* com os personagens de Mauricio foram lançados em campanhas institucionais, como a de economia de energia elétrica no Pará. O resultado positivo alcançado foi de uma redução de 10.890 WATTS no consumo geral de energia fornecida pela Eletronorte.

A técnica de animação sobre trilhas sonoras está em muitos dos comerciais da CICA. Na apresentação da Maionese Rosé, Mônica e Cebolinha cantam e dançam à moda francesa, o tradicional *C'est si bon!*



Mônica virou estrela!
As equipes de Mauricio de Sousa e Ruy Perotti trabalharam juntas na produção da série de desenhos animados de lançamento da linha de brinquedos Estrela, com os personagens da turma da Mônica.

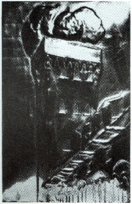


Enquanto Cebolinha "emplesta" o seu "chalme" para a mensagem da CALOI na Semana da Criança, os estúdios da Mauricio de Sousa Produções programam novos e divertidos desenhos animados para TV.

Prêmio "Città de Lucca" recebido por Mauricio, na Itália em 1969.

Yellow Kid - O primeiro personagem de histórias em quadrinhos transformou-se no "Oscar" mundial dos quadrinhos e Mauricio de Sousa conseguiu esse prêmio no Congresso de Lucca de 1971.

Com o lançamento da revista Mônica em edição de nível internacional, a Editora Abril ganhou o troféu *"Gran Guinigi"* no Congresso Internacional de Lucca, de 1971.



No Congresso Norte Americano dos Comics de Nova Iorque, Mauricio reencontra Stan Lee, o artista que revolucionou o estilo dos super-heróis das histórias em quadrinhos.

ÊXITO INTERNACIONAL

Em Lucca na Itália, realiza-se anualmente o "Congresso Internacional de Histórias em Quadrinhos", reunindo artistas e editores de todo o mundo.

Mauricio participou desse Congresso nos anos de 1966, 68, 69, 70, 71 e 73

Em 1969 foi agraciado com o prêmio "CITTÁ DE LUCCA".

O troféu "GRAN GUINIGI" foi concedido, em 1971, à revista "MÔNICA" da Abril.

Ainda no Congresso de Lucca de 1971, Mauricio conseguiu o prêmio máximo: o "YELLOW KID", uma espécie de Oscar dos quadrinhos.

Nesse mesmo ano participou da Grande Remise de la Bandé Dessinée, no Palais du Louvre, em Paris.

Em 1972 e 76 Mauricio e sua equipe representaram o Brasil no Congresso Norte Americano dos Comics, realizado em Nova Iorque. Em 1978 Mauricio participou da Feira Internacional do Livro de Frankfurt - Alemanha. Em 1979 expôs sua obra na 1.ª Bienal Internacional de Humor e Historietas da cidade de Córdoba, Argentina.

A partir de 1.º de janeiro de 1974 começou a vigorar um contrato assinado entre Mauricio e United Feature Syndicate, para distribuição de suas criações nos Estados Unidos e através da UPI (United Press International) para todo o mundo.

Na abertura da Primeira Bienal Internacional e Quarta Bienal Argentina de Humor e Historieta da cidade de Cordoba-Argentina em 1979, Mauricio recebe desenhistas de todo o mundo no stand onde expôs seus trabalhos.
AO LADO À ESQUERDA

Em Nova Iorque, em 1974, foi assinado o contrato entre Mauricio e o United Feature Syndicate (UFS) para a distribuição de suas histórias em quadrinhos pela UPI para todo o mundo.
EM BAIXO À ESQUERDA

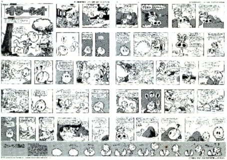
Em diversas exposições e feiras internacionais realizadas em Frankfurt-Alemanha, os personagens de Mauricio apareceram em destaque nos stands da UPI e da Editora Abril
EM BAIXO À DIREITA

Desde 1974 já foram lançadas tiras e revistas de histórias em quadrinhos dos personagens brasileiros de Mauricio de Sousa, no Japão, Luxemburgo, Alemanha, Bolívia, Áustria, Bélgica, Suécia, Itália, Holanda, Dinamarca, Espanha, Portugal, México, Porto Rico, Colômbia, Venezuela, Equador, Chile, Peru, Noruega e Inglaterra.

No Japão a San Rio publica, desde 1974 histórias em quadrinhos da série Horácio na revista do Morango, distribuindo artigos escolares desse personagem e desde 1978 a ITOMAN, de Osaka, produz confecções infantis da "Bidu Family" para distribuição na Ásia.

As edições européias da turma da Mônica são: **Glada Ganget**: - Hemmet Journal AB da Noruega; **Jeppe**: - A/S Hjemmet Bladforlaget, da Suécia; **Plokkerne**: pela Gutenberghus Bladene da Dinamarca; **Fratz Freunde**: - pela Ehapa Verlag da Alemanha; **Frizz**: - pela Egmont Publishing, de Londres e na América Latina, **Mônica** e **Pelezinho** são editadas pela El Greco, da Colômbia.

Atualmente Mauricio desenvolve projeto de desenhos animados para TV, da Mônica e Pelezinho, para distribuição mundial.



No Japão, Horácio é super-herói de histórias em quadrinhos e em produtos de merchandising distribuídos na Ásia pela San Rio de Toquio.
O Heiss Puppet Theatre, de Chicago fez tournée pelos Estados Unidos com os bonecos da turma da Mônica em puppet shows.

O ESTÚDIO E O ESTILO

A antiga equipe do "eu-sozinho" tem agora mais de 60 artistas e assessores. É o maior núcleo de desenhistas de histórias em quadrinhos do mundo.

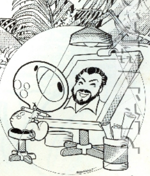
Mesmo assim, todas as criações são supervisionadas pelo criador dos personagens, Mauricio, que assim mantém a unidade do seu estilo.

E a sua responsabilidade é grande, pois essa produção artística atinge leitores de todas as faixas de idade. Uma pesquisa do Instituto Gallup comprovou que do público leitor da "Mônica", cinqüenta e seis por cento são pessoas com mais de 18 anos.

Assim, a filosofia das histórias criadas por Mauricio é a de divertir, entreter e, na medida do possível, transmitir às crianças (e aos adultos) mensagens de otimismo.

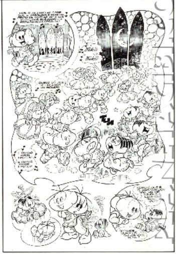
Seus personagens não são neuróticos. Eles tentam resolver seus próprios problemas.

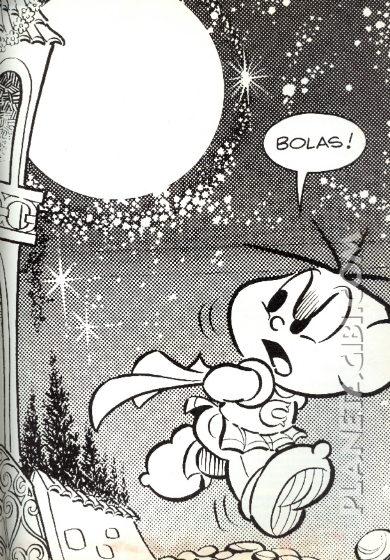
Seu estilo de desenho é simples, coerente com o tipo de narrativa que faz para o consumo diário. Os leitores de histórias em quadrinhos querem entendê-las num relance e sem grande esforço. Arabescos, enfeites fundos e detalhes em demasia, dificultam essa visão imediata.



Muitos dos personagens de Mauricio são inspirados em pessoas reais: Mônica e Magali são suas filhas, Cascão e Cebolinha colegas de infância e muitos dizem que Horácio o dinossauro bem intencionado - é o próprio Mauricio.

Mauricio reuniu uma equipe de artistas de categoria internacional para formar o estúdio de onde mensalmente saem centenas de tiras, tablóides e páginas de histórias em quadrinhos; ilustrações e esculturas para produtos de merchandising e desenhos animados para TV. Essa equipe vem aprimorando sua técnica através dos tempos e produzindo artes cada vez melhores para as histórias dos personagens criados por Maurício de Sousa.





PLANETAGIBI.COM

Enraizados na realidade da vida e do quotidiano, seus bonecos são "gente". Identificam-se com as pessoas, retratam a vida no seu dia-a-dia.

A conversação dos personagens é popular.

O "dia-a-dia": comer, dormir, ter emoções, boas ou más, sentir amor ou raiva são ingredientes universais.

Logo, o que vale para o CHICO BENTO, vale para o mundo...

O que se pretende é exportar esse espírito alegre e comunicativo do brasileiro para o mundo todo. E a mensagem universal das histórias criadas por Mauricio é incontestável. E não nasceu por acaso. Veio de anos de estudo, planos, trabalho e, principalmente, da sensibilidade de um artista que pretendeu e pretende projetar além das barreiras sociais, ideológicas e geográficas, a sua mensagem alegre, otimista e confiante no futuro e nos homens. A mensagem dirigida ao público leitor mais exigente do mundo: a criança.

*Na abertura da Exposição de Mauricio de Sousa no MASP - Museu de Arte de São Paulo, em outubro de 1979, a Empresa Brasileira de Correios e Telégrafos decidiu lançar o carimbo comemorativo "Mônica no MASP", prestigiando esse importante evento do Ano Internacional da Criança

PLANETAGIBI.COM

Exposição "MÔNICA NO MASP" - Outubro de 1979.

Agradecimentos a

EDITORA ABRIL LTDA.
HOBJETO Indústria e Comércio de Móveis Ltda.
REDE BANDEIRANTES DE TELEVISÃO
SHARP S/A. Equipamentos Eletrônicos
VISITEX Importação e Comércio Ltda.
VIDRONORT Comércio e Indústria Ltda.
COLUNA S/A., Gráfica, Jogos e Brinquedos
ACRILEX Tintas Especiais S/A.
LÍDICE S/A. - Indústria e Comércio de Plásticos
IMPÉRIO DO LÁPIS Indústria e Comércio Ltda.
INDÚSTRIA BANDEIRANTES DE ARTEFATOS DE MADEIRA LTDA.
IMPORGRAF Comercial e Importadora Ltda.
PAPÉIS MADI S/A.
ARPRO - Feiras e Promoções Ltda.
DDJ - Mult - Visão Comunicação Ltda.
Rede TUPI Rádio Televisão
Posters Fotográficos GEPAS Ltda.
Gráfica SILFAB Ltda.
LASTRI S.A. Ind. de Artes Gráficas

PLANETAGIBI.COM